

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN IKAN BAKAR CIANJUR SURABAYA”.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam rangka menyelesaikan studi dan untuk memperoleh gelar Sarjana S1 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP., Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin N, MM., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM., Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Yuniningsih, SE, MSi, yang telah meluangkan waktu guna membantu, mengarahkan dan membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini

5. Seluruh staf Dosen Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmunya.
6. Bapak, Ibu dan keluargaku dan semua teman-teman yang selalu memberikan doa dan restunya kepada penulis.
7. Semua pihak yang telah membantu dan tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati demi sempurnanya skripsi ini.

Surabaya, November 2010

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAKSI	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori	10
2.2.1. Pengertian Pemasaran	10
2.2.2. Konsep Pemasaran	11
2.2.3. Tujuan Pemasaran	12
2.2.4. Kualitas Layanan	13
2.2.4.1. Pengertian Kualitas Layanan	13
2.2.4.2. Dimensi Kualitas Layanan	14
2.2.5. Kepuasan Konsumen	16

2.2.5.1.Pengertian Kepuasan Konsumen	16
2.2.5.2.Indikator Kepuasan Pelanggan	18
2.2.6.Loyalitas Pelanggan	18
2.2.6.1.Pengertian Loyalitas Pelanggan	18
2.2.6.2.Indikator Loyalitas Pelanggan	21
2.2.7.Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	21
2.2.8.Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .	22
2.3. Kerangka Konseptual	24
2.4. Hipotesis	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	26
3.1.1.Definisi Operasional	26
3.1.2.Pengukuran Variabel	29
3.2. Teknik Penentuan Sampel	31
3.3. Teknik Pengumpulan Data	32
3.3.1.Jenis Data	32
3.3.2.Sumber Data	32
3.3.3.Pengumpulan Data	32
3.4. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	33
3.4.1.Uji Reliabilitas dan Validitas	33
3.4.2.Uji Outlier Univariat dan Multivariat	33
3.4.2.1.Uji Outlier Univariat	34
3.4.2.2.Uji Outlier Multivariat	34

3.4.3.Uji Normalitas Data	35
3.4.4.Pemodelan SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)	36
3.4.5.Uji Hipotesis	37

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	40
4.1.1.Gambaran Umum Obyek Penelitian	40
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	41
4.2.1.Gambaran Umum Keadaan Responden	41
4.2.2.Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (X)	43
4.2.3.Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	53
4.2.4.Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Z)	56
4.3. Deskripsi Hasil Analisis Dan Uji Hipotesis	58
4.3.1.Uji Normalitas Sebaran dan Linieritas	58
4.3.2.Evaluasi atas <i>Outlier</i>	59
4.3.3.Deteksi <i>Multicollinierity</i> dan <i>Singularity</i>	60
4.3.4.Uji Validitas dan Reliabilitas	60
4.3.5.Pengujian Model Dengan <i>One-Step Approach</i>	65
4.3.6.Pengujian Hipotesis dan Hubungan Kausal	67
4.4. Pembahasan	68
4.4.1.Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan ..	68
4.4.2.Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .	69

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	71
5.2. Saran	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Omset Penjualan Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang Mayjend Sungkono Periode tahun 2007-2009	4
Tabel 1.2.	Data Pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang Mayjend Sungkono Periode Mei 2009 – April 2010	5
Tabel 1.3.	Jumlah Komplain Pelanggan pada RM Ikan Bakar Cianjur Mayjend Sungkono Periode tahun 2007-2009	6
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3.	Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Dimensi Berwujud (<i>tangible</i>) (X_1)	43
Tabel 4.4.	Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Dimensi Keandalan (<i>reability</i>) (X_2)	45
Tabel 4.5.	Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Dimensi Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>) (X_3)	48
Tabel 4.6.	Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Dimensi Jaminan (<i>assurance</i>) (X_4)	50
Tabel 4.7.	Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Dimensi Empati (<i>empaty</i>) (X_5)	52
Tabel 4.8.	Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	54
Tabel 4.9.	Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Variabel Loyalitas Pelanggan (Z)	56

Tabel 4.10. Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4.11 Hasil Pengujian <i>Outlier Multivariate</i>	60
Tabel 4.12. Faktor Loading dan Konstruk dengan Confirmatory Factor Analysis	61
Tabel 4.13. Pengujian <i>Reliability Consistency Internal</i>	62
Tabel 4.14. <i>Construct Reliability & Variance Extrated</i>	64
Tabel 4.15. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i>	66
Tabel 4.16. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i>	67
Tabel 4.17. Hasil Pengujian Kausalitas	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.1. Kerangka Konseptual	23
Gambar	4.1. Model Pengukuran Kausalitas <i>One Step Approach</i>	65
Gambar	4.2. Model Pengukuran Kausalitas <i>One Step Approach</i> <i>Modification</i>	66

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEUASAN DAN
DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN
DI RM IKAN BAKAR CIANJUR
SURABAYA**

Achmat Fauzi

Abstraksi

Setiap pengelola rumah makan harus dapat melaksanakan sasaran pemasarannya yang tepat sehingga tujuan untuk memenangkan persaingan dapat tercapai, selain itu pihak rumah makan juga harus dapat menentukan bagaimana memberikan kepuasan kepada pelanggan, bisa berupa kualitas layanan yang lebih baik dari pesaingnya atau menghasilkan produk dengan kualitas tinggi. Demikian halnya dengan bisnis rumah makan Ikan Bakar Cianjur di jalan Mayjend Sungkono No. 206-208 Surabaya yang merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis rumah makan di Surabaya yang berusaha memenuhi kebutuhan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan jawaban atas meningkatnya jumlah komplain pelanggan yang diikuti menurunnya jumlah omzet selama 3 tahun terakhir. Dengan menguji apakah masih terdapat pengaruh antara kualitas layanan yang dibangun selama ini oleh rumah makan Ikan Bakar Cianjur Surabaya yang apakah masih memiliki dampak terhadap kepuasan konsumen serta apakah pula berdampak pada terhadap loyalitas, sehingga dari hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu rumah makan Ikan Bakar Cianjur untuk mencapai tujuan pemasarannya

Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan rumah makan Ikan Bakar Cianjur Surabaya, sejumlah 115 responden melalui kuisioner, alat yang digunakan adalah Structural Equation Model (SEM) yang dijalankan dengan perangkat AMOS 4.01, yang bertujuan untuk menganalisa data.

Dari hasil penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan kepuasan pelanggan dapat berpengaruh secara positif serta signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Kata kunci : kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan usaha pada dewasa ini yang ditandai dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi mengakibatkan keinginan dan kebutuhan manusia mengalami perubahan. Setiap orang bebas untuk memilih produk yang mereka inginkan guna memenuhi keinginannya. Fenomena ini yang mendorong timbulnya persaingan diantara produsen dalam menarik konsumennya. Masalahnya sekarang adalah tergantung bagaimana kemampuan produsen dalam memasarkan produknya agar dapat meraih konsumen.

Kondisi persaingan antar perusahaan yang semakin kompetitif mengharuskan setiap pengusaha mengkaji ulang strategi yang digunakannya agar tidak kehilangan pelanggannya dan demi mencapai keunggulan daya saing yang berkelanjutan.

Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan. Bagaimana pelanggan menentukan pilihan produk yang akan dibelinya, membuat perusahaan sadar bahwa tiap pelanggan selalu melakukan pertimbangan mengenai produk atau jasa dari sisi besarnya nilai lebih yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Mereka membentuk harapan dari nilai yang diperoleh dan dari nilai tersebut kemudian diukur besar kepuasan yang dimiliki pelanggan serta seberapa besar loyalitas pelanggan tersebut. Jadi,

persoalan kualitas jasa, kepuasan serta loyalitas pelanggan sudah menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan.

Usaha perusahaan dalam memasarkan hasil produksinya, tak bisa lepas dari kualitas pelayanan yang diberikan. Persoalan kualitas dalam dunia bisnis kini sudah menjadi suatu keharusan bagi perusahaan agar ia dapat tetap *survive* dalam bisnisnya. Apabila dahulu kualitas masih menjadi senjata agar perusahaan dapat memenangkan persaingan, namun kini hampir semua perusahaan, terlebih perusahaan jasa dapat memberikan kualitas yang sama, tentu saja persoalan kualitas bukanlah menjadi salah satu senjata andalan bersaing. Kualitas kini ibarat tiket masuk ke dalam gelanggang persaingan bisnis bila perusahaan ingin tetap *survive*.

Parasuraman et.al (2000: 44) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan persepsi pelanggan terhadap keunggulan suatu layanan. Pada dasarnya hanya pelanggan yang menilai kualitas layanan suatu badan usaha berkualitas atau tidak. Mowen (1995: 108) juga menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya, serta loyalitas pelanggan adalah suatu keadaan dimana pelanggan memiliki sikap yang positif terhadap suatu merek, memiliki komitmen pada merek tersebut dan berniat untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk dengan merek tertentu tersebut di masa yang akan datang.

Banyaknya rumah makan yang bermunculan saat ini, baik itu rumah makan kecil atau besar telah menimbulkan persaingan harga bagi usaha-usaha

sejenis yang ada sebelumnya. Kondisi ini mendorong pihak rumah makan untuk menciptakan peluang agar dapat menerapkan ide-ide yang baru untuk menarik minat konsumen. Setiap pengelola rumah makan harus dapat melaksanakan sasaran pemasarannya yang tepat sehingga tujuan perusahaan-perusahaan dapat tercapai, selain itu pihak rumah makan juga harus dapat menentukan bagaimana memberikan kepuasan kepada pelanggan, bisa berupa kualitas layanan yang lebih baik dari pesaingnya, menghasilkan produk dengan kualitas tinggi, dan menetapkan harga yang sesuai dengan hasil yang mereka terima serta terjangkau.

Demikian halnya dengan bisnis rumah makan Ikan Bakar Cianjur di jalan Mayjend Sungkono No. 206-208 Surabaya, yang merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis rumah makan di Surabaya yang berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan akan makanan dan minuman yang semakin bervariasi baik rasa, penampilan, maupun kemasannya

Rumah makan Ikan Bakar Cianjur telah melakukan berbagai kegiatan yang berhubungan dengan kualitas layanan yang meliputi bentuk bangunan Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur yang tampak menarik, karyawan Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur yang berpengalaman dan memiliki perilaku yang baik dalam melayani dan peduli terhadap pembeli.

Berbagai upaya telah dilakukan pihak rumah makan agar dapat memperoleh kedudukan yang kuat di pasaran dan bisa menarik pelanggan sebanyak mungkin. Namun, dalam kondisi seperti sekarang ini dimana situasi ekonomi tidak menentu dan ditambah lagi dengan semakin ketatnya bisnis waralaba yang ditandai dengan banyak bermunculan restoran cepat saji (*fast food*)

dengan kualitas pelayanan yang lebih baik menjadi penyebab turunnya omzet penjualan rumah makan Ikan Bakar Cianjur cabang Mayjend Sungkono Surabaya. Pada omset penjualan dapat dilihat dari tabel berikut

Tabel 1.1.

Omset Penjualan Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang Mayjend Sungkono
Periode tahun 2007-2009

Periode	Omset Penjualan (Rupiah)	Prosentase (%)
Tahun 2007	1.126.000.000	-
Tahun 2008	1.080.000.000	-4,26
Tahun 2009	1.044.000.000	-3,45

Sumber: Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang Mayjend Sungkono, Tahun 2010

Berdasarkan tabel 1.1, dapat diketahui bahwa selama 3 tahun dari tahun 2007 - 2009 telah terjadi penurunan pada omset penjualan Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang Mayjend Sungkono dari tahun 2007 yaitu 1.126.000.000 rupiah menjadi pada tahun 2008 yaitu 1.080.000.000 rupiah atau mengalami penurunan sebesar 4,26%. kemudian pada tahun berikutnya tahun 2009 yaitu sebesar 1.044.000.000 rupiah atau mengalami penurunan sebesar -3,45%.

Penurunan omset penjualan juga diikuti dengan penurunan jumlah pelanggan, data ada pada tabel berikut

Tabel 1.2.

Data Pelanggan Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang Mayjend Sungkono
Periode Mei 2009 – April 2010

Periode	Jumlah Pelanggan (Orang)
Mei – 09	724
Jun – 09	736
Jul – 09	911
Agu – 09	1043
Sep – 09	820
Okt – 09	971
Nop – 09	622
Des – 09	1236
Jan – 10	1185
Feb – 10	842
Mar – 10	771
Apr – 10	571

Sumber: Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang Mayjend Sungkono, Tahun 2010

Berdasarkan tabel 1.2, diketahui bahwa data pelanggan Rumah Makan “Ikan Bakar” Cianjur Cabang Mayjend Sungkono periode Mei 2009 – April 2010 terus mengalami penurunan. Hal ini merupakan fenomena yang harus diteliti dan disikapi dengan segera oleh pihak manajemen Rumah Makan “Ikan Bakar” Cianjur Cabang Mayjend Sungkono

Salah satu indikasi dari penilaian kualitas layanan dan ketidakpuasan konsumen pada Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang Mayjend Sungkono adalah banyaknya komplain konsumen, beberapa bentuk komplain tersebut antara lain; pelayanan yang kurang baik meliputi pelayanan pesanan tidak sesuai dengan menu yang dipesan, pelayanan pesanan dianggap lama pelanggan, dan ada yang beranggapan terlalu mahal. Berikut ini akan disajikan data jumlah komplain pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang Mayjend Sungkono, periode tahun 2006 - 2008.

Tabel 1.3.

Jumlah Komplain Pelanggan pada RM Ikan Bakar Cianjur Mayjend Sungkono
Periode tahun 2007-2009

Periode	Jumlah Komplain Pelanggan (Orang)
Tahun 2007	21
Tahun 2008	25
Tahun 2009	32

Sumber: Rumah Makan Bakar Cianjur Cabang Mayjend Sungkono,
Tahun 2010

Berdasarkan Tabel 1.3, diketahui bahwa selama periode tahun 2007-2009 telah terjadi kenaikan jumlah komplain pelanggan yang berkunjung pada Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang Mayjend Sungkono. Kenaikan jumlah komplain pelanggan tersebut mengindikasikan semakin banyaknya pelanggan yang tidak puas dengan Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang Mayjend Sungkono dalam setiap tahunnya.

Fenomena penurunan omset penjualan dan kenaikan jumlah komplain pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang Mayjend Sungkono salah satunya diindikasikan layanan yang kurang memuaskan, sehingga mengakibatkan konsumen tidak loyal dan bahkan pindah ke rumah makan lain. Hal ini sesuai penelitian yang dilakukan Edwin, et al, (2007) menyatakan bahwa kualitas layanan baik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan secara langsung.

Mengacu pada permasalahan yang ada, maka penelitian ini mengambil judul: “Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada Rumah Makan “Ikan Bakar Cianjur” Cabang Mayjend Sungkono Surabaya”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diajukan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan “Ikan Bakar Cianjur” Cabang Mayjend Sungkono Surabaya ?
2. Apakah kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan “Ikan Bakar Cianjur” Cabang Mayjend Sungkono Surabaya ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan “Ikan Bakar Cianjur” Cabang Mayjend Sungkono Surabaya
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan “Ikan Bakar Cianjur” Cabang Mayjend Sungkono Surabaya

1.4. Manfaat Penelitian

Sebagaimana layaknya karya ilmiah ini, hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian antara lain :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang menjadikan pertimbangan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan *relationship marketing*, kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan

2. Bagi Universitas

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menambah perbendaharaan perpustakaan serta sebagai bahan perbandingan bagi rekan-rekan mahasiswa yang mengadakan penelitian dengan masalah yang sama di masa yang akan datang.